

Уровни идентичности склонны конфликтовать между собой, но современный мир – мир острой конкуренции, где реально существующая, подлинная идентичность является важнейшим фактором конкурентоспособности страны.

Государство, не обладающее национальной самобытностью, едва ли сможет занять весомое место в глобальном мире, ведь идентичность не просто говорит о «нас», но и соотносит «нас» с остальным миром.

Сегодня формирование региональной идентичности посредством политики становится необходимой мерой, ведь история уже доказала, что игнорирование региональных особенностей грозит распадом государства – достаточно вспомнить развал СССР;

Распаду подвержены и унитарные государства, в состав которых входят национальные территории; именно таким государствам может быть полезен опыт Франции, доказавшей, что грамотно выстроенная политика децентрализации позволяет сохранить целостность государства, не разрушая региональной идентичности, но и не теряя «общенационального лица».

Литература

1. Мухаметшин Ф.Х. Выступление на заседании Комитета по культуре и образованию Конгресса местных и региональных властей Европы // Пресс-релиз Госсовета РТ, 29 марта 2007 г.
2. Государство, политика, социум: вызовы и стратегические приоритеты развития. Международная конференция. Екатеринбург. 26-27 ноября 2009 г. – Сб. статей. Часть 1 / Сост. И.Д.Тургель. – Екатеринбург: УрАГС, 2009. – с. 292.
3. Фадеева Л.А. Сквозь призму политической культур: нация, класс, регион. – Пермь: Пушка, 2006, - с. 102.

Сурис М. А.,
г. Екатеринбург

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ СОВМЕСТНОГО КИНОПРОСМОТРА И ВЫБОРА КИНОРЕПЕРТУАРА СРЕДИ ПОДРОСТКОВ И РОДИТЕЛЕЙ

Многочисленные исследования показывают, что современные подростки стали гораздо меньше читать[2]. Книги они заменяют на просмотр кинофильмов.

Средства массовой коммуникации как социальный институт (кино, телевидение, журналы, книги и т.д.) влияют на социализацию человека не только с помощью трансляции определенной информации, но и через представление определенных образцов поведения героев книг, кинофильмов, телепередач. Эффективность этого влияния определяется тем, что, страсти, испытываемые героями кинофильмов, сильнее, и за два часа можно прожить всю жизнь, от рождения до смерти вместе с героями кинофильма, можно поставить себя на место героев и испытать те чувства, которые не всегда можно испытать в жизни.

Но проблема заключается в том, что сейчас кино используют отнюдь не в «мирных» целях, а ради коммерческого успеха, никто не думает о том, что будут думать зрители при просмотре некачественного кино, с очень сомнительными идеалами. По итогам проведенного социологического исследования -анкетного опроса в г. Екатеринбурге в октябре 2010 г., можно сделать ряд интересных выводов, характеризующих проблему с содержательной и методической точкой зрения. В опросе участвовали 100 школьников общеобразовательной школы, в возрасте 12 - 16 лет и их родители.

Смотрят ли дети кино вместе со своими родителями? Прослеживается определенная тенденция: 46,7% детей смотрит фильмы с родителями, однако, родителей, смотрящих кино с детьми, по данным опроса больше - 74 %.

Представляется, что родители «завышают» масштабы совместного кинопросмотра с детьми, выражая тем самым социально-ожидаемую позицию. Взрослым респондентам просто стыдно сказать, что они не

занимаются таким важным делом вместе со своими детьми. Противоречие в данных говорит о сензитивности такого, казалось бы, безобидного вопроса. Большинство детей смотрят фильмы с друзьями, следовательно, их просмотр бесконтрольный.

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «С кем вы чаще всего смотрите кино?»

Варианты ответа	Число ответивших	% от числа опрошенных
с родителями	28	46,7
с друзьями	33	55,0
одни	22	36,7

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос «Смотрите ли вы кино вместе с детьми?»

Варианты ответа	Число ответивших	% от числа опрошенных
да	38	73,1
нет	0	0,0
иногда	13	25,0

В ответе школьников и их родителей на вопрос «Кто выбирает кино для просмотра?», были расхождения. Дети, тоже разошлись во мнении. Одни сами выбирают фильмы для просмотра, другие же указали, что выбирают его вместе с родителями. Родители считают, что почти в 85% случаях они выбирают фильм вместе (Таб. 4).

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «Кто выбирает кино для просмотра?»

Варианты ответа	Число ответивших	% от числа опрошенных
родители	3	5,0
я сам	29	48,3
мы вместе(я и родители)	27	45,0
дузья	8	13,3

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос «Кто выбирает кино для просмотра?»

Варианты ответа	Число ответивших	% от числа опрошенных
я	5	9,6
ребенок	4	7,7
мы вместе	44	84,6

Выбирает же молодежь, в своем большинстве, те фильмы, которые ей предлагает реклама (53% опрошенных). По данным исследования проведенного в декабре 2004 года, в 25 субъектах РФ, 83% опрошенных свободное время проводят дома, что дает основание сделать вывод о тотальном «одомашнивании» повседневной жизни. Показательны и другие цифры: телевидение смотрят 96 %, в то время как чтение выбрали лишь 4,6% [1].

Обсуждение фильмов является еще одним важным индикатором для нашего исследования. Мнение детей и родителей по данному вопросу совпало - 61% иногда обсуждают просмотренный фильм. Хотелось бы, конечно, чтобы родители всегда обсуждали фильм, потому что через фильм ребенок не только получает новую информацию, но и социализируется. Он должен понимать, что «хорошо», что «плохо» и примерять на себя роль положительного персонажа. Такую оценку могут и должны давать родители.

Таблица 5

Распределение ответов на вопрос «Обсуждаете ли вы фильм во время просмотра/ после него с родителями?»

Варианты ответа	Число ответивших	% от числа опрошенных
всегда обсуждаю	6	10,0
часто осуждаю	10	16,7
иногда обсуждаю	37	61,7
никогда не обсуждаю	6	10,0

Таблица 6

**Распределение ответов на вопрос «Обсуждаете ли вы
просмотренный фильм с детьми?»**

Варианты ответа	Число ответивших	% от числа опрошенных
да	17	32,7
нет	3	5,8
иногда	32	61,5

Кино - это вид медиа, доступный для ценителей как «высокого» так и массового искусства. Популярность этого вида искусств превосходит по распространенности многие другие досуговые практики. Роль кинематографа в жизни общества высока. Кино показывает все его недостатки, тем самым позволяя сделать его лучше.

Кино является одним из лидеров в досуговых предпочтениях у подростков. Досуговая деятельность служит целям воспитания, просвещения и самовоспитания подрастающего поколения. Но досуг современных подростков контролируется в большей степени СМИ, и с его помощью подростки узнают о многих вещах (в основном, которые могут негативно влиять на них). Поэтому родители должны следить за тем, какие передачи, а главное какие фильмы смотрят их дети! Досуг для подростка – это, прежде всего, «подготовка» к реализации своих способностей, своего физического, интеллектуального, социального «Я». В процессе досуга ребенку гораздо проще формировать уважительное отношение к себе, даже личные недостатки можно преодолеть посредством досуговой активности.

Раньше, благодаря тотальному контролю, подростки были «защищены» от негативного влияния. Сейчас же цензура оставляет желать лучшего, и

подростки остались «без защиты», зато есть самостоятельность выбора, смотреть или нет.

Нам кажется, что «спасение» заключается в единстве родителей и учителей. Они должны действовать сообща и воздействовать на детей не запретами и агрессией, а проявлять смекалку, сдержанность, деликатность, только так можно добиться результатов. Еще, важны семейные традиции как уже говорилось ранее, совместный просмотр кино с комментариями родителей.

Данное исследование будет продолжаться. Также, мы планируем опросить подростков, учащихся в лицеях и гимназиях. Таким образом, мы сможем увидеть специфику школ разных уровней, что позволит раскрыть новые грани в данном проекте.

Литература

1. Зборовский Г.Е. Социология досуга и культуры: Учебное пособие для вузов.-М., 2006.
2. Чудинова В.П. Детское чтение. Негативные последствия развития медиасреды // Дети и культура / Отв. Ред. Б.Ю.Сорочкин. М.: КомКнига, 2007. С. 131-164.

Сущенко А. Д.,
г. Екатеринбург

ОБРАЗ СОВРЕМЕННОГО ПОСЕТИТЕЛЯ ТЕАТРОВ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ ДЕЯТЕЛЕЙ КУЛЬТУРЫ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ЕКАТЕРИНБУРГА)

Проблемы формирования театральной аудитории и предпочтений сегодняшнего зрителя в условиях меняющегося социокультурного пространства деятельности театров занимают одно из ведущих мест в социологии культуры. Функционирование театра как социокультурного института в условиях рыночных отношений и жесткой конкуренции театральных услуг требует от создателей продукта театрального искусства четкого представления о потенциальном зрителе, его социокультурных